

Evaluasi Efektivitas Penerapan Sistem Wayfinding di Uptown Mall Semarang

Ninda Aditias Putri^{*1}, Agung Budi Sardjono²

Departemen Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro ^{1,2}

E-mail: ^{1*}nindaadip@gmail.com, ²agungbsardjono@gmail.com

Submitted: 05-12-2024

Revised: 10-01-2025

Accepted: 25-06-2025

Available online: 04-12-2025

How To Cite: Aditias Putri, N., & Sardjono, A. B. Evaluation of the Effectiveness of Wayfinding System Implementation at Uptown Mall Semarang. *Nature: National Academic Journal of Architecture*, 183–197. DOI: <https://doi.org/10.24252/nature.v12i2a3>

Abstrak. Orientasi ruang dalam *Shopping mall* yang kompleks sering menjadi tantangan bagi pengunjung, terutama dalam menemukan lokasi yang diinginkan secara efisien. Kurangnya efektivitas sistem *wayfinding* dapat menyebabkan disorientasi, kebingungan, dan menurunkan kualitas pengalaman pengguna. Sebagai pusat perbelanjaan yang multifungsi, Uptown Mall Semarang, memerlukan evaluasi terhadap sistem *wayfinding* yang ada untuk memastikan kemudahan navigasi bagi pengunjung. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis elemen *wayfinding*, termasuk arsitektur *wayfinding*, *signage*, dan informasi sensori, guna menilai efektivitasnya dalam membantu orientasi ruang pengunjung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi sistem *wayfinding* terhadap orientasi pengunjung dalam bernavigasi dengan menggunakan lima elemen *wayfinding*: *district*, *path*, *edge*, *node*, dan *landmark* serta mengevaluasi *signage* dan pengaruhnya terhadap efektivitas *wayfinding* pada Uptown Mall Semarang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dan pengumpulan data melalui observasi langsung dengan dokumentasi, dan wawancara terhadap pengunjung. Bentuk evaluasi menggunakan triangulasi data dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan studi literatur mengenai arsitektur *wayfinding* dan *signage* yang mempengaruhi proses *wayfinding* pada Uptown Mall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada Uptown Mall ditemukan elemen *wayfinding* dan elemen pendukung lainnya berupa *signage*. Secara umum elemen tersebut berfungsi secara efektif sehingga membantu pengunjung bernavigasi. Namun, ditemukan tantangan berupa banyaknya akses masuk dan *node*, serta keterbacaan dalam *signage*. Diperlukan optimalisasi berupa kombinasi antara *signage* yang jelas, desain lantai yang intuitif, dan penguatan *landmark*.

Kata kunci: *Wayfinding*; *Signage*; Pusat Perbelanjaan; Navigasi; Dis-orientasi

Abstract. Navigating complex shopping malls poses significant challenges for visitors, especially when it comes to efficiently locating desired destinations. An ineffective wayfinding system can lead to disorientation and confusion, thereby diminishing the overall user experience. As a multi-functional shopping mall, Uptown Mall Semarang requires a comprehensive evaluation of its existing wayfinding system to facilitate seamless navigation for visitors. On the other hand, this study aims to analyse various wayfinding elements, including architectural design, signage, and sensory information, to assess their effectiveness in aiding visitors' spatial orientation. The objective of this research is to evaluate the impact of wayfinding system on visitor navigation by examining five basic wayfinding elements: districts, paths, edges, nodes, and landmarks, as well as the role of signage in improving wayfinding efficiency in Uptown Mall Semarang. This research employs qualitative methods, using direct observation supplemented by documentation and interviews with visitors for data collection. The evaluation framework incorporates data triangulation, juxtaposing findings from interviews, observations, and literature on wayfinding architecture and signage that influence the wayfinding process at Uptown Mall. Preliminary findings indicate that Uptown Mall has several wayfinding elements and complementary signage. Overall, these components function effectively to assist visitors in navigating the mall. Nevertheless, challenges remain, particularly with regard to multiple entrances and intersections and the legibility of signage. As a result, there is an urgent need for optimization, which should include a blend of clear signage, intuitive floor design, and enhanced landmark visibility.

Keywords: *Wayfinding*, *Signage*; *Shopping Mall*; *Navigation*; *Disorientation*

PENDAHULUAN

Pusat perbelanjaan modern tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi, tetapi juga sebagai ruang publik yang mendukung pengalaman pengguna. Dalam konteks ini, sistem *wayfinding* menjadi elemen penting untuk memastikan kenyamanan navigasi di lingkungan yang kompleks. *Wayfinding* dirancang untuk membantu pengunjung memahami tata letak, menemukan tujuan, dan membuat keputusan perjalanan dengan mudah melalui elemen seperti *signage*, peta, dan *landmark*.

Wayfinding adalah pencarian jalan, pengumpulan informasi, dan proses pengambilan keputusan yang digunakan orang untuk mengorientasikan diri, menavigasi ruang, dan berpindah dari satu tempat ke tempat lain (Hantari & Ikaputra, 2020). Sistem *wayfinding* yang efektif membantu pengunjung menavigasi bangunan dan mencapai tujuan mereka dengan lebih mudah. Konsep ini didukung oleh teori Kevin Lynch dalam bukunya yang berjudul '*The Image of The City*', menyatakan bahwa individu membentuk peta mental ruang melalui lima elemen: *path*, *edge*, *district*, *node*, dan *landmark* (Lynch, 1960).

Di Indonesia, banyak pusat perbelanjaan, termasuk Uptown Mall Semarang, menghadapi tantangan dalam implementasi sistem *wayfinding*. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Etsem et al., 2007) menunjukkan bahwa kondisi *wayfinding* di mall Indonesia memerlukan peningkatan keterbacaan, karena interaksi antara manusia dan teknologi belum sepenuhnya dioptimalkan. Kendala utama yang sering ditemui yaitu keterbatasan *signage* yang kurang jelas atau tidak konsisten, tata ruang yang kompleks sehingga menyulitkan orientasi. Uptown Mall, sebagai pusat belanja modern dengan beragam fasilitas dan memiliki kompleksitas tata ruang sehingga membutuhkan strategi *wayfinding* yang efektif agar pengunjung dapat menavigasi ruang dengan nyaman.

Dalam konteks Uptown Mall Semarang, perlu dipertimbangkan bagaimana elemen-elemen arsitektur dan *signage* dapat digunakan untuk mendukung proses *wayfinding*. Berbagai faktor seperti konfigurasi bangunan, aksesibilitas visual, sistem sirkulasi, dan identitas bangunan dapat mempengaruhi kemampuan pengunjung untuk menavigasi ruang. Hal ini memungkinkan pengguna ruang dapat sampai ke tujuan secepat mungkin dengan sedikit kebingungan dan disorientasi sesuai keinginan mereka (Farr et al., 2012).

Di sebuah ruang seorang pengguna perlu menentukan tujuan, lalu mengambil langkah-langkah untuk mencapainya berdasarkan informasi yang tersedia. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana sistem *wayfinding* di Uptown Mall Semarang terhadap efektivitas pengguna dengan menggunakan lima elemen: *district*, *path*, *edge*, *node*, dan *landmark* serta mengevaluasi *signage* dan pengaruhnya terhadap efektivitas *wayfinding* dalam Uptown Mall Semarang.

Adanya sistem *wayfinding* pada *mall* dapat membantu mempermudah pengunjung beraktivitas, bergerak, berpindah dari satu tempat ke tempat lain secara terarah dan efisien, selain itu juga dapat mempermudah proses evakuasi bila terjadi bencana (Hantari & Ikaputra, 2020).

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu, yaitu pada penelitian ini mengevaluasi efektivitas sistem *wayfiniding* berdasarkan teori Lynch mengenai elemen arsitektur pendukung sistem *wayfinding*, dilengkapi dengan evaluasi *signage* yang merupakan pendukung sistem *wayfinding* lainnya. Banyak penelitian sebelumnya membahas elemen sistem *wayfinding* dengan *signage* secara terpisah seperti pada penelitian (Soedewi, 2019) yang hanya berfokus pada pentingnya sistem *signage* yang efektif pada Metro Indah Mall yang mempengaruhi kenyamanan pengunjung dan mempermudah navigasi, kemudian pada penelitian (Kusumasari & Harsritanto, 2019) membahas strategi *wayfinding* dan sistem *signage* namun hanya dibahas secara *general* dan

metode penelitian yang digunakan hanya dokumentatif, deskriptif, dan komparatif tidak mencakup pengalaman pengguna.

Elemen Arsitektur Penunjang Sistem *Wayfinding*

Desain arsitektur yang efektif harus mendukung kemudahan pengguna, termasuk kemampuan pengguna dalam menemukan arah (*wayfinding*) dan berorientasi di dalam bangunan (Passini, 1984).

Kemampuan individu untuk mengingat sebuah bangunan yang menarik dipengaruhi oleh tingkat *legibility* dan *imageability* yang dimiliki oleh bangunan tersebut (Lynch, 1960). Sifat *legibility* merujuk pada sejauh mana suatu bangunan mudah dipahami oleh pengguna, sedangkan *imageability* berkaitan dengan karakteristik unik bangunan yang memungkinkan pengguna untuk mengingatnya dengan mudah. Terdapat 5 elemen arsitektur pendukung sistem *wayfinding* pada skala kota menurut (Lynch, 1960) yaitu *Paths*, *Edge*, *District*, *Node*, dan *Landmark*.



Gambar 1. Elemen Arsitektur penunjang sistem *wayfinding*
Sumber: *The Image of The City*, 1960

Signage pada *Wayfinding*

Signage berperan penting dalam sistem *wayfinding* yang berfungsi untuk memberikan panduan arah dan informasi lokasi dalam suatu lingkungan. Keberadaan *signage* yang efektif memungkinkan pengguna untuk bernavigasi dengan mudah dan efisien, terutama dalam ruang-ruang yang memiliki kompleksitas tinggi.

Salah satu aspek fundamental dalam perancangan *signage* adalah fungsi informatif, di mana setiap elemen *signage* harus mampu menyampaikan informasi yang jelas dan mudah dipahami mengenai arah, lokasi, serta fasilitas yang tersedia. Informasi ini dapat diwujudkan melalui tanda arah, peta lokasi, serta instruksi visual lainnya yang dapat membantu pengunjung.

Selain aspek informasi, desain visual *signage* menjadi faktor penting yang menentukan efektivitasnya. Penggunaan warna, tipografi, dan simbol yang konsisten harus diperhatikan agar *signage* dapat dikenali dengan mudah dan dipahami secara intuitif oleh pengguna. Desain yang tepat memudahkan pengguna menangkap informasi tanpa kebingungan.

Efektivitas *signage* juga sangat dipengaruhi oleh penempatan strategis dalam suatu ruang. Pemasangan *signage* harus memperhitungkan zona pandang serta ketinggian optimal agar tidak terhalang oleh elemen lain di sekitarnya. *Signage* yang berisi informasi utama umumnya ditempatkan pada zona tinggi untuk memastikan visibilitas maksimal, sementara informasi yang lebih detail ditempatkan pada tingkat mata agar memudahkan pengguna dalam membaca dan memahami isi pesan yang disampaikan.

Kesesuaian *signage* dengan lingkungan menjadi aspek penting dalam memastikan integrasi yang harmonis dengan ruang sekitarnya. *Signage* harus disesuaikan dengan karakteristik arsitektur, pola pergerakan pengguna, serta elemen fisik lain yang dapat mempengaruhi daya baca dan efektivitasnya. Dalam konteks eksterior, faktor lingkungan seperti pencahayaan alami, vegetasi, dan kondisi cuaca juga harus dipertimbangkan agar *signage* tetap dapat diakses dengan optimal.

Menurut (Calori & Vanden-Eynden, 2015) dengan mempertimbangkan seluruh aspek tersebut, *signage* dapat berfungsi secara efektif dalam sistem *wayfinding*, memberikan pengalaman navigasi yang lebih intuitif, mengurangi risiko disorientasi, serta meningkatkan kenyamanan pengguna dalam menjelajahi suatu lingkungan.

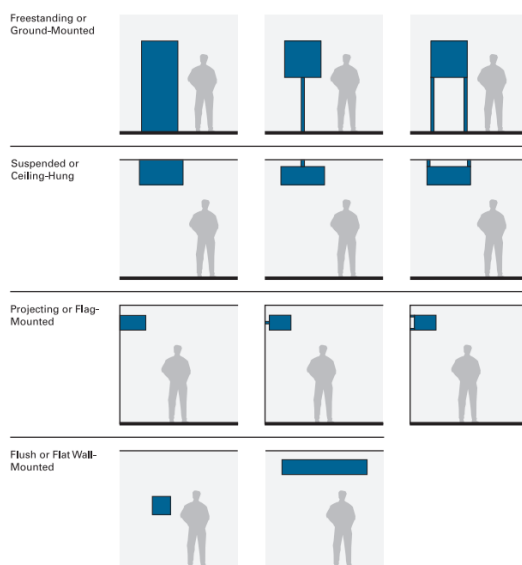
Jenis *Signage* pada Sistem *Wayfinding*

Dalam sistem *wayfinding*, terdapat beberapa jenis *signage* yang berfungsi untuk membantu pengguna menavigasi suatu area dengan lebih mudah dan efisien. Setiap jenis *signage* memiliki peran spesifik dalam memandu arah, memberikan informasi, atau memperingatkan pengguna. Jenis *signage* umumnya diklasifikasikan menjadi *Identification*, *Directional*, *Informational*, *Regulatory*, dan *Warning Signage*.

Setiap *signage* ini dirancang untuk memenuhi fungsi yang berbeda dalam membantu pengguna memahami dan menavigasi suatu ruang dengan lebih efisien. Kombinasi dari berbagai jenis *signage* ini membantu meningkatkan keterbacaan lingkungan dan mempermudah proses *wayfinding*.

Bentuk *Signage*

Bentuk *signage* pada *wayfinding* ini sangat bervariasi pada tujuan, fungsi, lokasi, dan target pengguna. Dalam konteks desain konteks desain *wayfinding*, bentuk *signage* dirancang untuk memastikan keterbacaan, keterlihatan, dan efektivitasnya dalam menyampaikan informasi. Menurut (Calori, 2007) terdapat jenis-jenis bentuk *signage* berdasarkan pemasangannya yaitu *Freestanding* atau *ground-mounted*, *Suspended* atau *ceiling-hung*, *Projecting* atau *flag-mounted*, *Flush* atau *flat wall-mounted*.



Gambar 2. Bentuk-bentuk *signage*

Sumber: *Signage and Wayfinding Desain*, 2015

Bentuk *signage* umumnya berasal dari bentuk geometris dasar seperti persegi, lingkaran, dan segitiga yang dapat dimodifikasi menjadi desain lebih kompleks. Pemilihan bentuk *signage* memengaruhi kesan visual yang dihasilkan. Desain *signage* rumit dengan banyak ornamen memberikan nuansa tradisional, sedangkan desain sederhana dan minimalis cenderung mencerminkan kesan modern atau kontemporer.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Uptown Mall BSB City Semarang, tepatnya berada di Jl. Rm. Hadisoebeno Sosro Wardoyo, Pesantren, Kec. Mijen, Kota Semarang, Jawa Tengah. Uptown Mall Semarang dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki kompleksitas tata ruang unik, serta potensi tantangan navigasi yang menarik untuk diteliti. Selain berfungsi sebagai pusat belanja, Uptown Mall juga menjadi tempat interaksi sosial, menyediakan area terbuka yang sering digunakan untuk acara publik seperti konser, pameran UMKM, dan festival. Penelitian dilakukan pada 7 September 2024 observasi awal dan pengumpulan data, lalu pada tanggal 13 Oktober dilakukan untuk pengumpulan data kembali dan mengamati pengunjung, pada tanggal 22 November 2024 dilakukan untuk mengamati perilaku pengunjung, dan pada tanggal 16 Februari dilakukan wawancara terhadap pengunjung.



Gambar 3. Peta Uptown Mall Semarang

Sumber: Google Maps, 2025

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dalam proses pengamatan, pengumpulan data, dan penyajian analisis. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan analisis secara mendalam terhadap kualitas sistem *wayfinding* berfungsi dalam konteks lingkungan fisik.

Penelitian ini dilakukan dalam dua tahapan utama. Penelitian diawali dengan melakukan pengumpulan data melalui studi literatur yang berkaitan dengan topik penelitian melalui jurnal, buku, dan artikel. Literatur ini mencakup literatur mengenai sistem *wayfinding* (Lynch, 1960), jenis *signage* pada *wayfinding* (Arthur & Passini, 2002), dan pentingnya *signage* pada sistem *wayfinding* (Calori & Vanden-Eynden, 2015). Studi literatur ini memberikan dasar teoritis yang kuat bagi pengumpulan data lapangan dan pembentukan tema-tema analisis data.

Selanjutnya melakukan pengumpulan data lapangan dengan cara observasi langsung, dokumentasi pada Uptown Mall, dan wawancara terhadap pengunjung. Observasi dilakukan berfokus pada kualitas sistem *wayfinding* meliputi elemen-elemen arsitektur *wayfinding*, *signage*, dan informasi sensori lain yang berperan dalam mendukung proses *wayfinding*. Wawancara mendalam dilakukan dengan pengunjung yang baru pertama kali mengunjungi Uptown Mall maupun pengunjung yang sering datang, hal tersebut dilakukan untuk mengetahui lebih dari satu perspektif mengenai pengalaman bernavigasi.

Proses analisis menggunakan metode analisis tematik, bertujuan untuk mengidentifikasi pola atau untuk menemukan tema melalui data yang telah dikumpulkan oleh peneliti (Braun & Clarke, 2006). Proses analisis diawali dengan mentranskripsi wawancara, membuat kode berdasarkan tema utama, meninjau tema dan mengorganisasikan tema. Beberapa tema utama yang dianalisis sebagai berikut:

1. Efektivitas penggunaan elemen *wayfinding* terhadap kenyamanan navigasi.
2. Keterbacaan sistem *signage* terhadap informasi yang disajikan.

Untuk meningkatkan dan reliabilitas, penelitian ini menggunakan metode triangulasi data, dengan membandingkan dan mengonfirmasi temuan antara hasil observasi langsung, wawancara, dan studi literatur. Dengan ini peneliti dapat memperoleh pemahaman lebih mendalam dan mengurangi bias dalam interpretasi data. Triangulasi digunakan dengan tujuan meningkatkan akurasi dan kredibilitas penelitian (Winaryati, 2020).

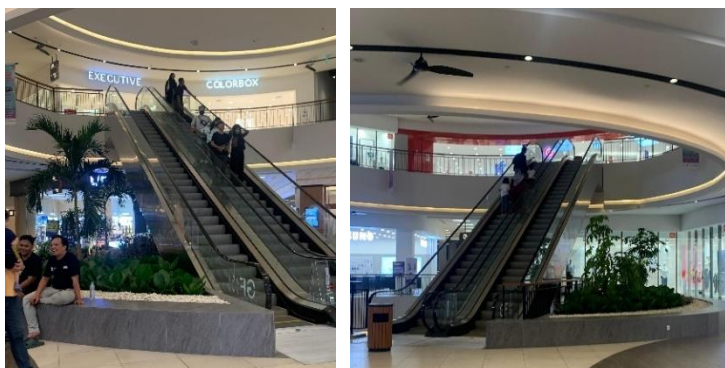
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan terhadap komponen-komponen *wayfinding* dikelompokkan berdasarkan variabel informasi lingkungan, terdiri dari *architectural wayfinding elements* sebagai elemen utama, dan sistem *signage* dan informasi sensoris lainnya sebagai elemen pendukung. Dengan demikian analisis *architectural wayfinding* elemen meliputi: elemen *path*, *edge*, *district*, *node*, dan *landmark*.

A. Elemen Arsitektur *Wayfinding*

1. *Landmark*

Dalam skala kota, *landmark* berfungsi sebagai titik referensi yang berupa elemen fisik seperti bangunan, tanda, pertokoan atau fitur alam seperti gunung (Lynch, 1960). *Landmark* pada skala bangunan, dapat diwujudkan melalui pertokoan, bioskop, meja informasi, patung, elemen lanskap, hingga elemen struktur maupun dekoratif. Selain itu, ruang kosong juga dapat berperan sebagai *landmark* berfungsi sebagai penanda lokasi atau titik orientasi yang signifikan bagi pengguna ruang (Passini, 1984).



Gambar 4. *Landmark* Taman Pada Eskalator
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Uptown Mall Semarang memiliki sejumlah *landmark* yang dirancang untuk memudahkan orientasi pengguna sekaligus menciptakan pengalaman ruang lebih menarik. Salah satu *landmark* utama adalah taman yang terletak di sekitar area eskalator, dilengkapi dengan *seating group* di sekelilingnya, memberikan ruang bagi pengunjung untuk bersantai atau menunggu (gambar 4). Selain itu, terdapat ruang terbuka (*open space*) sejajar dengan *lobby* utama. Di dekat area tersebut, terdapat *open space* lainnya yang dirancang dengan konsep *outdoor*, menampung berbagai *tenant* makanan hingga hiburan, dilengkapi naungan berupa awning besar untuk kenyamanan pengunjung (gambar 5). Desain ini tidak hanya memperkuat daya tarik visual, tetapi juga berfungsi sebagai penanda lokasi yang membantu navigasi di dalam *mall*.

Bagi orang yang pertama kali datang, pengunjung langsung tertarik dengan *landmark* yang sudah disebutkan. Sehingga mereka mengandalkan *landmark* untuk orientasi awal, terutama pada elemen visual mencolok seperti taman yang terletak pada area eskalator. Pengunjung yang sudah

sering datang cenderung menggunakan *landmark* sebagai titik acuan utama dalam navigasi mereka. *Landmark* terbukti efektif dalam meningkatkan orientasi pengunjung, tetapi efektivitasnya lebih tinggi bagi mereka yang sering berkunjung. Sementara itu, pengunjung baru masih membutuhkan dukungan tambahan dari *signage*.



Gambar 5. *Open space*

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

2. *Path*

Path dalam skala kota merupakan jalur pergerakan yang umum digunakan oleh seseorang, baik yang rutin dilalui maupun yang memiliki potensi sebagai rute mobilitas (Lynch, 1960). Jalur ini mencakup jalan utama, trotoar, hingga jaringan transportasi yang mendukung aktivitas harian. Sementara itu, dalam skala bangunan, *Path* terdiri atas elemen-elemen arsitektural yang memfasilitasi pergerakan di dalam ruang, seperti koridor, promenade, koridor di dalam galeri, serta sirkulasi vertikal berupa tangga, eskalator, elevator, dan elevator (Passini, 1984).



Gambar 6. *Path* Dalam Uptown Mall Semarang

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Pada Uptown Mall, *Path* dirancang dalam bentuk koridor yang tersebar di seluruh area bangunan (gambar 6). Koridor ini berfungsi sebagai jalur utama pergerakan pengunjung, menghubungkan berbagai ruang dalam *mall* dengan efisien. Selain itu, terdapat koridor yang menghubungkan area *indoor* dan *outdoor*, dari *lobby* menuju *open space* (gambar 7). Koridor ini tidak hanya berperan sebagai jalur pergerakan tetapi juga dilengkapi elemen tambahan seperti *seating group*, sehingga menyediakan fungsi ganda sebagai tempat istirahat atau interaksi sosial bagi pengunjung. Hal ini menunjukkan desain yang mempertimbangkan aspek kenyamanan dan pengalaman ruang, di samping fungsinya sebagai jalur sirkulasi.

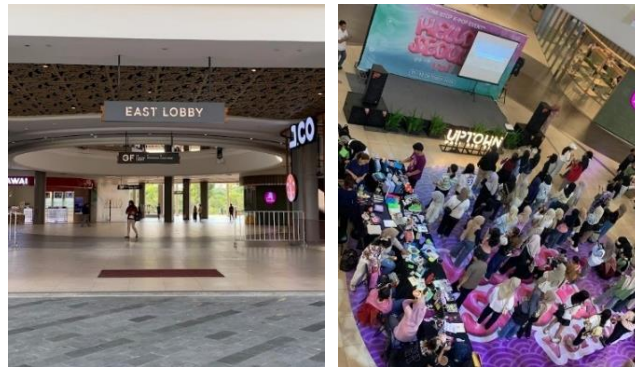


Gambar 7. *Path* Luar Uptown Mall Semarang
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Dengan desain pola atau warna lantai yang berbeda untuk jalur sirkulasi, membantu pengunjung mengenali rute dalam bernavigasi dan membedakan dari area lain. Desain pola lantai seperti itu juga secara tidak langsung mengarahkan pengunjung menuju titik-titik strategis seperti atrium atau pintu keluar.

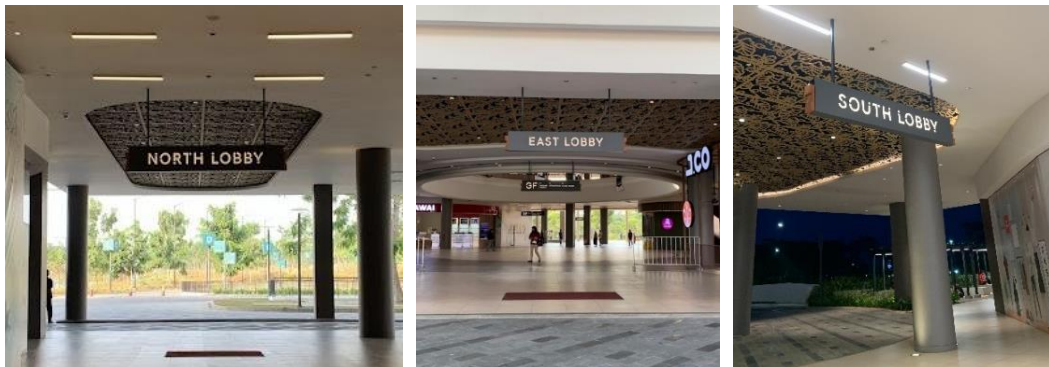
3. *Node*

Node dalam skala kota adalah lokasi yang memiliki nilai strategis yang dapat diakses oleh seseorang dan menjadi pusat aktivitas di mana orang-orang datang dan pergi (Lynch, 1960). Dalam skala bangunan, *node* merupakan titik simpul terbentuk dari pertemuan jalur sirkulasi dan aula pertemuan, yang merupakan skala lebih kecil dibanding dengan *node* dalam skala kota (Passini, 1984).



Gambar 8. Hall *Lobby* Utama Uptown Mall Semarang
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Node pada Uptown Mall Semarang diterapkan melalui keberadaan *hall* besar yang terletak tepat setelah masuk *lobby* utama lantai 1 (gambar 8). *Hall* ini tidak hanya berfungsi sebagai area transisi, tetapi juga dirancang untuk menjadi ruang serbaguna yang dapat digunakan untuk berbagai acara, seperti pameran atau kegiatan publik lainnya. Setiap *node* memiliki peran strategis sebagai penghubung antara berbagai *path* dan fasilitas utama, seperti *open stage*, taman, dan pusat informasi. Namun demikian, keberadaan sejumlah *node* cukup banyak, khususnya pada area utama, menciptakan tantangan dalam menentukan arah sirkulasi yang jelas bagi pengunjung. Banyaknya akses masuk dan titik persimpangan menyebabkan pola sirkulasi utama menjadi kurang terlihat, sehingga dapat membingungkan pengguna (gambar 9). Hal ini menekankan pentingnya desain *wayfinding* yang lebih intuitif untuk memastikan pengalaman navigasi lebih baik di dalam *mall*.



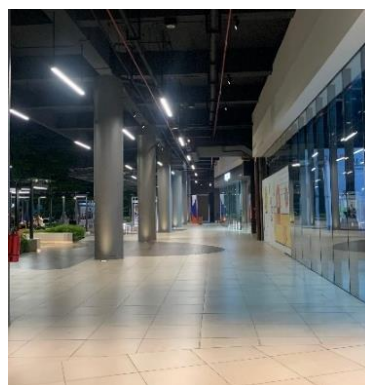
Gambar 9. Akses Masuk Uptown Mall Semarang
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Untuk mengatasi kebingungan akibat banyaknya titik persimpangan, mengoptimalkan kombinasi antara *signage* yang jelas, desain lantai intuitif, dan penguatan *landmark*. Dengan hal tersebut, navigasi dalam pusat perbelanjaan dapat menjadi intuitif dan efisien.

4. *Edge*

Edge dalam skala kota didefinisikan sebagai elemen linier berfungsi sebagai bata atau pemisah antara dua area berbeda, namun bukan bagian dari jalur sirkulasi seperti jalan (Lynch, 1960). *Edge* dapat berupa tepian atau batas-batas alami maupun buatan. Dalam konteks bangunan, *edge* sebagai elemen pembatas struktural, seperti dinding luar yang memisahkan interior bangunan dari eksteriornya (Passini, 1984).

Edge pada Uptown Mall Semarang diwujudkan melalui fasad-fasad *window display* dari berbagai toko yang berada di sepanjang bangunan. Fasad ini berfungsi sebagai batas visual dan fisik yang memisahkan area *indoor* dan *outdoor*, menciptakan batas yang jelas bagi pengguna (gambar 10). Desain ini tidak hanya memperkuat elemen arsitektural bangunan tetapi juga memberikan fungsi tambahan sebagai sarana promosi visual bagi *tenant* yang berlokasi di area tersebut. Kombinasi ini menghadirkan identitas visual menarik sekaligus mendukung navigasi dan orientasi di dalam ruang *mall*.



Gambar 10. *Edge* Uptown Mall Semarang
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Sebagian besar pengunjung menyatakan bahwa keberadaan *window display* membantu mereka memahami batas antara area dalam dan luar mall tanpa harus mencari petunjuk tambahan. Penggunaan *window display* sebagai *edge* dalam *wayfinding* membantu navigasi berbasis ingatan visual, menciptakan struktur ruang yang jelas, serta meningkatkan daya tarik lingkungan komersial.

5. District

District dalam skala kota merupakan bagian kota yang berukuran sedang hingga luas yang memiliki fungsi homogen, seperti pertokoan atau kawasan dengan aktivitas serupa. Sedangkan pada bangunan, *district* dapat diwujudkan dalam bentuk zona yang memiliki fungsi spesifik seperti zona laboratorium, zona kelas dan zona kantor pada bangunan pendidikan (Passini, 1984).

District pada Uptown Mall berupa *open space* yang terletak di bagian belakang lantai 1 *mall*. Area ini berfungsi sebagai zona tersendiri yang dirancang untuk menampung berbagai *tenant* makanan dan hiburan. Zona ini tidak hanya memberikan diferensiasi fungsi dari area lainnya di *mall*, tetapi juga menjadi daya tarik utama bagi pengunjung yang mencari pengalaman rekreasi dan kuliner. Gambar 11 memperlihatkan bagaimana *district* ini terorganisasi sebagai bagian integral dari tata ruang *mall*, memberikan identitas yang khas dan memudahkan pengunjung dalam mengenali fungsinya sebagai destinasi kuliner dan hiburan.

Sebagai area yang terpisah dari bangunan utama, *open space* ini berfungsi sebagai *district* yang jelas, memudahkan pengguna dalam memahami pembagian zona antara area *indoor* (mall utama) dan *outdoor* (*open space*). Keberadaan *tenant* makanan dan fasilitas pendukung lain memberikan identitas yang kuat, membantu pengguna mengingat lokasi dan menjadikannya titik referensi navigasi.



Gambar 11. *Tenant di Open space*
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Sebagian besar pengunjung mengapresiasi keberadaan *open space* ini karena menciptakan suasana yang lebih santai dan berbeda dari area dalam mall. Keberadaan *tenant* makanan dan hiburan juga menjadi daya tarik tersendiri, terutama bagi pengunjung yang ingin menikmati suasana terbuka.

Dari perspektif navigasi, beberapa pengguna merasa bahwa lokasi *open space* yang sejajar dengan *entrance* utama membuatnya mudah diakses.

B. Analisis Signage

Sebagai salah satu pusat perbelanjaan yang relatif baru di kota Semarang, Uptown Mall telah dirancang dengan sistem *signage* yang tersebar di berbagai titik strategis. *Signage* ini mencakup area-area penting seperti area parkir, *entrance*, eskalator, *lobby*, hingga lokasi-lokasi yang membutuhkan penunjuk arah yang jelas untuk mempermudah pengunjung. Uptown Mall mengadopsi warna korporat hijau sebagai latar belakang *signage*, memberikan identitas visual yang konsisten.

Selain berfungsi sebagai elemen *wayfinding*, *signage* di Uptown Mall juga dirancang untuk mendukung fungsi tambahan yang relevan dengan teori desain *signage*. Fungsi utama *signage* yaitu

memberikan orientasi kepada pengunjung sejak tiba di lokasi hingga menuju titik-titik utama dalam *mall*. Selanjutnya, *signage* juga memiliki beberapa fungsi lain sesuai teori yang akan dijabarkan berikut:

1. *Identifications Signs*

Identification signs digunakan untuk mengidentifikasi lokasi atau fasilitas tertentu di suatu area. *Signage* ini membantu pengguna mengetahui di mana mereka berada, atau nama lokasi yang mereka tuju (Arthur & Passini, 2002). *Identification signs* pada Uptown Mall yang digunakan sebagian besar berupa jenis *flag-mounted signage*, dipasang di atas zona kepala manusia secara horizontal yang melekat pada dinding sebagai penyangga. Penempatan strategis ini memastikan bahwa *signage* dapat dikenali dengan jelas oleh pengunjung (gambar 12).



Gambar 12. *Identification Signs*
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Ciri khas utama dari *identification sign* di Uptown Mall adalah penggunaan warna hijau sebagai latar belakang, selaras dengan identitas visual *mall* tersebut. Salah satu contoh spesifik adalah *signage* toilet yang ditempatkan tepat di depan area toilet. Fungsi *signage* ini adalah untuk memberikan informasi yang eksplisit bahwa pengunjung telah berada di lokasi fasilitas toilet. Penempatan ini tidak hanya membantu orientasi tetapi juga meningkatkan pengalaman navigasi dengan meminimalkan upaya pengunjung dalam mencari fasilitas yang diperlukan.

Dengan desain yang mempertimbangkan kejelasan visual dan keterbacaan, *identification signs* di Uptown Mall menjadi salah satu elemen kunci dalam memastikan efisiensi sistem *wayfinding* di pusat perbelanjaan ini.

Pengunjung menyatakan bahwa *identification sign* sudah efektif dalam membantu pengunjung mengenali lokasi dan fasilitas utama. Desain yang intuitif dengan penggunaan cahaya yang ada pada *signage* semakin meningkatkan keterlihatan *signage*, bahkan dari kejauhan.

2. *Directional Signs*

Directional Signs merupakan salah satu komponen utama dalam sistem *wayfinding* yang dirancang untuk mengarahkan pengguna ke lokasi tertentu. Fungsi utamanya adalah sebagai penunjuk arah untuk membantu pengunjung menemukan rute terbaik menuju lokasi yang diinginkan (Lynch, 1960). Biasanya, *directional signs* menggunakan simbol panah untuk menunjukkan arah, membuatnya intuitif dan mudah dipahami.

Pada Uptown Mall, *directional signs* mengadopsi warna hijau, yang konsisten dengan warna korporat pusat perbelanjaan ini (gambar 13). Penempatan *signage* dilakukan di setiap persimpangan penting dalam *mall*, memastikan pengunjung dapat dengan mudah memilih jalur menuju tujuan mereka. Jenis *signage* yang digunakan sebagian besar adalah *ceiling-hung signage*,

yang digantung di langit-langit. Penempatan pada ketinggian ini dirancang untuk memaksimalkan visibilitas tanpa mengganggu garis pandang pengguna.

Directional signs pada Uptown Mall ditempatkan di area persimpangan utama. *Signage* ini tidak hanya membantu pengunjung dalam orientasi, tetapi juga memperkuat citra profesionalisme *mall* dengan desain yang estetik dan fungsional. Penggunaan elemen-elemen yang terstandar ini memastikan pengalaman navigasi yang efisien dan nyaman bagi semua pengunjung *mall*.



Gambar 13. Directional Signs
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Pada area *outdoor* Uptown Mall, terdapat *directional signage* yang memiliki desain dan struktur berbeda dibandingkan dengan *signage* di area *indoor*. Jenis yang digunakan di area ini adalah *ground-mounted signage*, yang dipasang langsung di permukaan tanah (gambar 14). *Signage* ini secara khusus dirancang untuk memberikan arahan kepada pengunjung melalui penggunaan tanda panah yang jelas, menunjukkan lokasi tujuan berdasarkan informasi yang tertera pada *signage* tersebut.

Ground-mounted signage ini ditempatkan di area strategis untuk mengarahkan pengunjung ke lokasi tertentu di lingkungan *outdoor*. Desain ini tidak hanya mempertimbangkan fungsi navigasi tetapi juga integrasi dengan elemen lanskap di sekitar Uptown Mall, menciptakan harmoni visual antara fungsi *wayfinding* dan estetika ruang. Penempatan dan orientasi tanda memastikan bahwa informasi dapat dengan mudah dibaca oleh pengunjung dari berbagai sudut pandang, mendukung pengalaman ruang yang lebih terarah dan efisien.

Pengguna merasa bahwa *directional sign ceiling-hung* maupun *ground-mounted* telah berfungsi dengan baik dalam membantu navigasi. *Signage* yang diletakan pada persimpangan dan koridor, memudahkan pengunjung menemukan arah tanpa perlu berhenti lama. Kombinasi keduanya memastikan informasi tetap mudah diakses. Desain yang jelas dan warna kontras semakin mendukung efektivitas sistem *wayfinding* ini.



Gambar 14. Directional Signs
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

3. *Warning Signage*

Tanda ini memiliki fungsi penting dalam memberikan peringatan kepada individu terkait potensi bahaya atau prosedur keselamatan yang perlu diperhatikan dalam area tertentu. Tipe *signage* ini biasanya mencolok untuk menarik perhatian pengguna (Calori, 2007). Di Uptown Mall, *warning signs* digunakan secara khusus untuk memperingatkan pengunjung ketika lantai sedang dibersihkan, sehingga mereka dapat lebih berhati-hati saat melintasi area tersebut (gambar 15). *Warning signs* ini ditempatkan di lokasi strategis dengan visual yang mencolok. Hal ini bertujuan untuk mencegah risiko kecelakaan, seperti tergelincir, yang dapat terjadi akibat lantai basah.

Pengunjung menilai *warning signs* di Uptown Mall Semarang efektif dalam meningkatkan kesadaran akan potensi bahaya. Desain yang jelas, penggunaan warna kontras, dan ikon intuitif mempermudah pengenalan risiko seperti lantai licin.

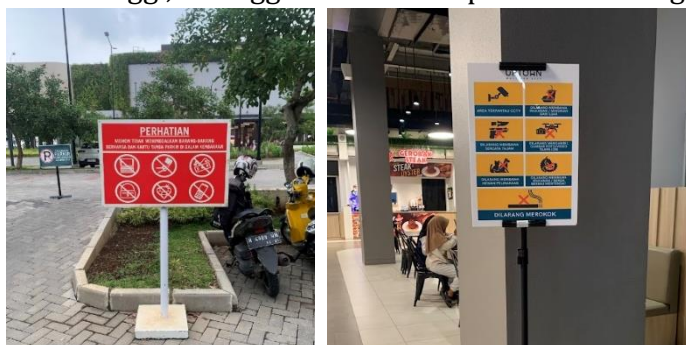


Gambar 15. *Warning Signs*
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

4. *Regulatory Signage*

Regulatory signs memiliki fungsi utama untuk memberikan larangan atau mengatur tindakan tertentu di suatu wilayah, sehingga tercipta keteraturan dan keselamatan bagi penggunaannya (Mollerup, 2007). Di Uptown Mall, *regulatory signs* ini dapat ditemukan pada area parkir (gambar 16). Salah satu contoh penerapannya adalah tanda yang memberikan peringatan kepada pengunjung untuk berhati-hati dalam menjaga barang pribadi mereka. Penempatan tanda ini bertujuan untuk meningkatkan pengguna akan pentingnya kewaspadaan terhadap keamanan barang bawaan mereka. Contoh *regulatory signs* lain yaitu, *signage* yang ada di *foodcourt indoor* yang berisikan peraturan atau larangan yang wajib dipatuhi di area tersebut.

Pengunjung menilai bahwa *regulatory signs* di Uptown Mall Semarang berfungsi secara efektif dalam mengatur perilaku dan memastikan ketertiban di dalam lingkungan mall. Penggunaan tanda baca dan simbol yang jelas serta intuitif terkait peraturan membantu meningkatkan keterbacaan serta mempermudah pemahaman. Efektivitas *signage* ini ditunjang oleh penempatan yang strategis di area dengan tingkat aktivitas tinggi, sehingga informasi dapat diakses dengan mudah.



Gambar 16. *Regulatory Signs*
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

5. Informational Signage

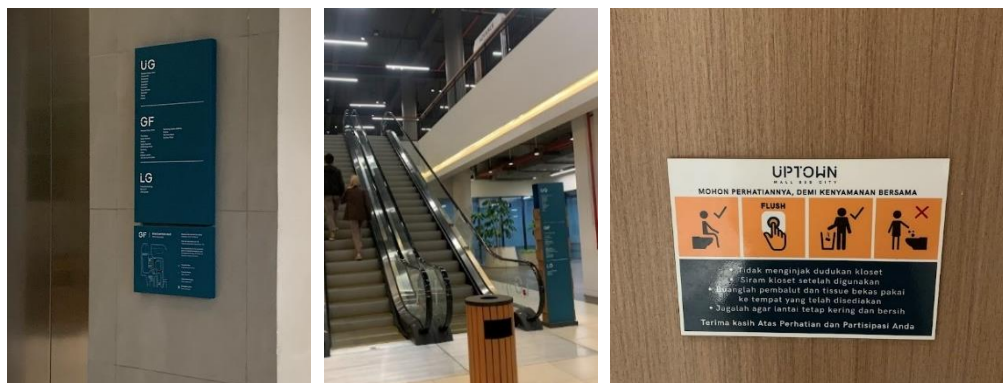
Informational signs berfungsi sebagai media untuk menyampaikan informasi detail mengenai sistem kerja atau fasilitas dalam suatu wilayah, yang memerlukan waktu lebih lama untuk dipahami oleh pengguna (Passini, 1984). Pada Uptown Mall Semarang, salah satu contoh *informational signs* ditempatkan di lokasi strategis, seperti di area lift dan eskalator, dengan latar belakang berwarna hijau sesuai dengan warna korporat *mall* (gambar 17).

Jenis *signage* yang digunakan pada lift adalah *flat wall-mounted signage*, dipasang sejajar dengan permukaan dinding. Sedangkan pada eskalator, jenis *signage* yang digunakan yaitu *ground-mounted*, dipasang horizontal dengan bagian bawahnya menyentuh lantai. *Signage* ini dirancang untuk memberikan informasi terperinci mengenai fasilitas yang tersedia di setiap lantai, seperti lokasi tenant dan fasilitas umum, serta peta evakuasi yang penting dalam situasi darurat.

Terdapat *information signs* lain yang berada di tiap dalam toilet berisikan penjelasan tentang cara penggunaan fasilitas yang ada di dalam toilet, dengan menggunakan jenis *signage flat wall-mounted*.

Pengunjung menyatakan bahwa keberadaan *informational signs* cukup membantu dalam proses navigasi, terutama dalam menemukan fasilitas utama dan peta evakuasi. Kejelasan informasi yang disajikan melalui *signage* memungkinkan mereka untuk menghemat waktu dan mengurangi ketergantungan pada petunjuk verbal dari staf atau pengunjung lain. Selain ini, penggunaan warna kontras dinilai efektif dalam meningkatkan keterbacaan dan pemahaman terhadap informasi yang disediakan. Namun, beberapa pengunjung mengungkapkan bahwa ukuran tulisan pada *informational signs* terlalu kecil, sehingga mengharuskan pengunjung mendekat untuk mendapatkan informasi tersebut.

Untuk meningkatkan keterbacaan dan kenyamanan pengguna, disarankan agar ukuran *font* diperbesar sesuai dengan standar aksesibilitas, dengan mempertimbangkan jarak pandang dan ketinggian pemasangan *signage*.



Gambar 17. Informational Signs
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

KESIMPULAN

Setiap bangunan yang berfungsi sebagai *public space* harus memiliki sistem informasi lingkungan yang dirancang secara cermat, meliputi elemen arsitektur *wayfinding* utama seperti *path*, *node*, *landmark*, *edges*, dan *district*. Elemen-elemen ini didukung oleh sistem *signage* dan informasi sensori lainnya yang sesuai dengan peraturan berlaku. Dalam konteks pusat perbelanjaan, desain

signage memiliki ciri khas yang mencerminkan identitas visual, baik melalui tema maupun warna yang digunakan. Penempatan dan bentuk *signage* bervariasi tergantung pada fungsi dan kebutuhan, serta memengaruhi efektivitas *wayfinding* pengguna.

Dalam Uptown Mall ditemukan adanya elemen *wayfinding* dan elemen pendukung berupa *signage*. Pengunjung menilai bahwa elemen *wayfinding* membantu mereka mengenali lokasi, sementara *signage* mendukung pengambilan keputusan arah. Hasil analisis menunjukkan bahwa elemen *wayfinding* memiliki peran signifikan dalam membentuk pengalaman navigasi pengunjung dan keberadaannya cukup efektif, namun masih terdapat tantangan berupa banyaknya akses masuk dan titik persimpangan sehingga menyebabkan potensi disorientasi. *Signage* yang ada secara umum telah berfungsi dengan baik dan efektif, namun masih terdapat beberapa tantangan dalam keterbacaan. Hal tersebut ditemukan pada *informational signs* berupa ukuran *font* yang terlalu kecil.

Sebagai rekomendasi, perlu dilakukan optimalisasi desain untuk meningkatkan keterbacaan dan aksesibilitas, dengan cara penyesuaian ukuran font dan mengoptimalkan kombinasi antara *signage* yang jelas, desain lantai yang intuitif dan penguatan *landmark*. Dengan implementasi strategi yang lebih terarah, sistem *wayfinding* di Uptown Mall dapat lebih mendukung kenyamanan, efisiensi, dan pengalaman pengguna dalam bernavigasi di lingkungan pusat perbelanjaan.

DAFTAR REFERENSI

- Arthur, P., & Passini, R. (2002). *Wayfinding: People, Signs, and Architecture*. Focus Strategic Communications.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Calori, C. (2007). *Signage and Wayfinding Design: A Complete Guide to Creating Environmental Graphic Design Systems* (illustrate ed.). Wiley, 2007.
- Calori, C., & Vanden-Eynden, D. (2015). *Signage and Wayfinding Design*. John Wiley & Sons.
- Etsem, M. B., Walgito, B., Sugiyanto, -, & Priyosulistyo, -. (2007). Sarana Navigasi Kognitif Sebagai Upaya Peningkatan Legibilitas Pada Bangunan Mal/Fasilitas-Umum. *Jurnal Psikologi*, 34(2), Article 2. <https://doi.org/10.22146/jpsi.7091>
- Farr, A. C., Kleinschmidt, T., Yarlagadda, P., & Mengersen, K. (2012). Wayfinding: A simple concept, a complex process. *Transport Reviews*. <https://doi.org/10.1080/01441647.2012.712555>
- Hantari, A. N., & Ikaputra, I. (2020). Wayfinding dalam Arsitektur. *Sinektika: Jurnal Arsitektur*. <https://doi.org/10.23917/SINEKTIKA.V17I2.11561>
- Kusumasari, B. T. M., & Harsritanto, B. I. (2019). SISTEM WAYFINDING MALL DI SEMARANG. *MODUL*, 19(1), 10. <https://doi.org/10.14710/mdl.19.1.2019.10-14>
- Lynch, K. (1960). The image of the city. In *International Journal of Civil Engineering and Architecture Engineering*. M.I.T. Press. <https://doi.org/10.22271/27078361.2023.v4.i1a.22>
- Mollerup, P. (2007). Wayshowing – A Guide to Environmental Signage: Principles and Practices. *Artifact*. <https://doi.org/10.1080/17493460600845543>
- Passini, R. (1984). *Wayfinding in Architecture, Environmental Design Series*.
- Soedewi, S. (2019). Identitas Visual pada Signage System di Pusat Perbelanjaan Metro Indah Mall. *Waca Cipta Ruang*, 5(2), 379–387. <https://doi.org/10.34010/wcr.v5i2.2265>
- Winaryati. (2020). *ACTION RESEARCH dalam PENDIDIKAN (Antara Teori dan Praktik)*. Unimus Press. <http://repository.unimus.ac.id/3601/>